

07

Recibido: mayo, 2024 Aceptado: julio, 2024 Publicado: agosto, 2024

Innovación y gestión en negocios de repostería familiar como tendencia alimentaria

Innovation and management in family baking businesses as a food trends

Tannia Cristina Poveda Morales ^{1*}

E-mail: ua.tanniapoveda@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6497-9957>

Diego Andrés Carrillo Rosero¹

E-mail: ua.diegocarrillo@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6857-4519>

Karoline Raquel Bastidas Sarcos¹

E-mail: ga.karolinerbs72@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-3786-2476>

¹Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Ambato, Ecuador.

*Autor para correspondencia

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Poveda Morales, T. C., Carrillo Rosero, D. A. y Bastidas Sarcos, K. R. (2024). Innovación y gestión en negocios de repostería familiar como tendencia alimentaria. *Revista Científica Agroecosistemas*, 12(2), 47-53. <http://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes>

Resumen

La Pastelería Doña Leyda, con más de 20 años en el mercado, enfrentó la necesidad de modernizar sus procesos productivos para responder a la creciente demanda y a las expectativas ambientales de los consumidores. En este contexto, se planteó desarrollar un modelo de producción sostenible mediante la implementación de premezclas estandarizadas, para optimizar la eficiencia productiva, garantizar la calidad del producto y responder a las demandas del mercado. Para lograr este objetivo, se empleó un enfoque mixto cuali-cuantitativo, al aplicar encuestas y entrevistas a consumidores y expertos. Igualmente, se aplicó la metodología DAFO para evaluar técnicamente a la Pastelería Doña Leyda en el mercado actual. En cuanto a los resultados ha indicado que la implementación de premezclas mejoró significativamente la consistencia y calidad de los pasteles, al optimizar el tiempo de producción y reducir la variabilidad. Además, se ha propuesto como mejora continua el uso de ingredientes locales, la adopción de prácticas sostenibles en la gestión de recursos y la reducción de residuos. De modo que contribuya a la reducción del impacto ambiental y a la aceptación positiva por parte de los consumidores. En conclusión, la adopción de un modelo de producción sostenible permitió a la Pastelería Doña Leyda mejorar su eficiencia operativa y la calidad de sus productos, al responder a las demandas del mercado actual.

Palabras clave:

Repostería artesanal, Sostenibilidad empresarial, Comportamiento del consumidor, Tendencias alimentarias.

Abstract

The Doña Leyda Pastry Shop, with more than 20 years in the market, faced the need to modernize its production processes to respond to the growing demand and environmental expectations of consumers. In this context, it was proposed to develop a sustainable production model through the implementation of standardized premixes, to optimize production efficiency, guarantee product quality and respond to market demands. To achieve this objective, a mixed qualitative-quantitative approach was used, applying surveys and interviews to consumers and experts. Likewise, the SWOT methodology was applied to technically evaluate the Doña Leyda Pastry Shop in the current market. Regarding the results, it has been indicated that the implementation of premixes significantly improved the consistency and quality of the cakes, by optimizing production time and reducing variability. In addition, the use of local ingredients, the adoption of sustainable practices in resource management and the reduction of waste have been proposed as continuous improvements. So that it contributes to the reduction of environmental impact and positive acceptance by consumers. In conclusion, the adoption of a sustainable production model allowed the Doña Leyda Pastry Shop to improve its operational efficiency and the quality of its products, by responding to the demands of the current market.

Keywords:

Artisanal pastry, Business sustainability, Consumer behavior, Food trends.

Introducción

A lo largo de la historia, los seres humanos han aprovechado los recursos y alimentos disponibles (Melby et al., 2020), al contribuir a la evolución de la gastronomía. Tradicionalmente asociada con la alimentación, la gastronomía se ha expandido para abarcar no solo la preparación de alimentos, sino también la formación de patrones culturales que definen las artes culinarias (Salazar et al., 2021). Este arte combina aromas, texturas, consistencias y sabores de manera armoniosa mediante técnicas culinarias (Thi Kim Vu et al., 2024). La gastronomía implica un conocimiento consciente de cómo el ser humano gestiona su dieta para garantizar la conservación de la humanidad mediante alimentos de calidad (Mesta Corral et al., 2024). La satisfacción gastronómica se logra, al experimentar una diversidad de platos y vinos que constituyen la variedad y el contraste (Pedret Massanet et al., 2023), elementos clave para el desarrollo genuino.

Dentro de la gastronomía, áreas importantes como la panadería y la pastelería se caracterizan por la producción de pastas, galletas, brioches, bizcochos y caramelos. En la historia de la pastelería, el vínculo con la religión en la Edad Media en Francia es notable, donde se elaboraban obleas y hostias para la eucaristía. De modo que se empleaban mecanismos de conservación de alimentos mediante reducciones de líquidos y azúcar. La pastelería involucra masas de harina, agua, aceites, levadura y otros complementos que, tras un tratamiento adecuado, resultan en una variedad de productos. La repostería se define como la elaboración y decoración de tortas, golosinas y postres con precisión en métodos e ingredientes (Hughes et al., 2020).

La industria alimentaria se beneficia de la reestructuración de procesos productivos mediante tecnología que simplifica la preparación de alimentos (Eduardo et al., 2024). Esto permite crear productos de fácil uso, donde se agilizan las preparaciones en un mundo acelerado. Las premezclas de pastel en polvo facilitan la producción en pastelería, estandarizan recetas, mejoran la calidad y reducen costos al simplificar ingredientes y procesos. Entre los que se destacan los ingredientes clave que incluyen azúcar para el sabor, licores y frutas para la fragancia.

En Ecuador, varios productores de premezclas han intensificado su producción debido al consumo y la importación. Aunque el mercado ofrece una variedad de premezclas para pasteles, son escasas en el campo de la pastelería y repostería. Actualmente, la estandarización de productos se aplica comúnmente en cuatro áreas: producto individual, franquicia, políticas del mercado y parámetros de producción. En este contexto, se considera la estandarización por producto individual y artesanal para desarrollar una línea de premezclas en polvo para pasteles en la pastelería Doña Leyda, en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi. Para ello, se requiere de técnicas artesanales y habilidades transmitidas entre generaciones.

No obstante, se debe visualizar que la industria agroalimentaria en la actualidad se enfrenta a la necesidad de integrar prácticas sostenibles en la producción de alimentos para reducir su impacto ambiental y asegurar la disponibilidad de recursos para las futuras generaciones (Briceño León et al., 2021) (Soares et al., 2021). En este sentido, la producción de premezclas en polvo para pastelería contribuye a la sostenibilidad al optimizar el uso de ingredientes, reducir desperdicios y mejorar la eficiencia energética en la elaboración de productos. Además, el desarrollo de premezclas con ingredientes locales puede apoyar a la economía regional y fomentar prácticas agrícolas sostenibles. De modo que asegure la calidad y trazabilidad de los insumos utilizados. A partir de lo anterior expresado, se propone como objetivo general diseñar un modelo de producción sostenible con premezclas estandarizadas para mejorar eficiencia, calidad y respuesta al mercado. Para ello, se proponen los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las fortalezas y debilidades de la Pastelería Doña Leyda mediante un análisis detallado de su operación, servicios ofrecidos y preferencias del consumidor.
- Diseñar estrategias de mejora y crecimiento para la Pastelería Doña Leyda basadas en la comparación con competidores locales, las preferencias del mercado y las tendencias de consumo en la industria de la repostería.

Materiales y métodos

Este proyecto investigativo emplea un enfoque mixto, descriptivo y cuasiexperimental transversal (Tramullas, 2020). Se realizan pruebas en laboratorios de cocina, análisis de la composición química del producto y el tiempo de vida útil. Incluso se comparan pasteles hechos con la receta original y con una premezcla en polvo.

Se visitan pastelerías en La Maná para identificar sabores del mercado y mejorar estrategias. Según el INEC y el PDOT, la población proyectada para 2023 es de 15,341 personas. Al utilizar un muestreo por conveniencia, se encuestan 375 personas entre transeúntes, trabajadores del sector y consumidores.

Se seleccionan expertos, al incluir Chefs Pasteleros y la propietaria de la Pastelería Doña Leyda, para entrevistas y un Focus Group con diez profesionales para evaluar la aceptación de los productos propuestos. Por otra parte, se aplican encuestas con para analizar tendencias de consumo.

Mientras tanto, se analizan la premezcla en polvo elaborada en un laboratorio de cocina y analizada en el laboratorio SAQMIC para determinar la composición nutricional y vida útil.

La metodología DAFO, o análisis FODA, se revela como una herramienta indispensable al estudiar el caso de la Pastelería Doña Leyda en el contexto de la industria de

la repostería (Wu et al., 2024). De modo que permite una evaluación integral de la situación actual de la pastelería. Incluso orienta la formulación de estrategias efectivas para su crecimiento y sostenibilidad en un mercado en constante evolución (Guilabert et al., 2024).

Resultados-discusión

Caso de estudio: Optimización de la producción en Pastelería Doña Leyda

Antecedentes: La Pastelería “Doña Leyda” inició hace más de 20 años como el pasatiempo de una ama de casa que, al experimentar en la cocina, creó sus propias recetas y las compartía con familiares y amigos. El negocio creció gracias a las recomendaciones de sus clientes, al superar la capacidad de producción. En la actualidad, “Doña Leyda” se dedica a la elaboración de una variedad de pasteles, tanto secos como fríos, y es un negocio familiar que ofrece repostería y pastelería bajo pedido. Esto incluye bocaditos de sal y dulce, así como pasteles artesanales personalizados decorados en fondant, crema o mixtos, para todo tipo de evento. El crecimiento de la empresa ha generado la necesidad de contar con premezclas para la elaboración de pasteles, ya que su

inexistencia limita la capacidad de producción y dificulta la contratación de personal debido al riesgo de divulgación de las recetas.

Comparación con la competencia y preferencias del consumidor en la Pastelería Doña Leyda

Pastelería Doña Leyda, Panadería El Relámpago y Sweet Land destacan por su rapidez en la atención, a diferencia de Dulce Cleo y Tortas Mami Ceci. La Pastelería Doña Leyda debe competir con Panadería El Relámpago y Sweet Land, quienes también sobresalen en amabilidad, entrega de información, tiempos de entrega y adecuación del espacio al servir al cliente.

Observaciones adicionales incluyen que Pastelería Doña Leyda no vende pasteles por porciones y Sweet Land tiene un espacio reducido, al obligar a la atención de pie. La personalización de pasteles en Pastelería Doña Leyda se clasifica en tres categorías: personalizado, semi-personalizado y genérico. De modo que constituye la primera opción la de mayor libertad para el cliente. En términos de diversidad de sabores, Pastelería Doña Leyda ofrece más de 7, seguido de Dulce Cleo y Tortas Mami Ceci con 4, Sweet Land con 2 y Panadería El Relámpago con 1 sabor, pero con distintos rellenos (ver tabla 1).

Tabla 1: Evaluación de pastelerías competidoras.

Pastelería	Variedad de sabores	Atención al cliente	Espacio para consumir	Observaciones
Doña Leyda	7	Buena	No	Faltan opciones de porciones.
Panadería El Relámpago	1	Excelente	No	Solo vende por piezas.
Sweet Land	2	Excelente	No	Espacio reducido, solo atención de pie.
Dulce Cleo	4	Deficiente	Sí	
Tortas Mami Ceci	4	Deficiente	Sí	

Fuente: Elaboración propia.

Pastelería Doña Leyda y Panadería El Relámpago carecen de espacio para el consumo en el establecimiento y la atención es insuficiente. El 66% de los encuestados compra en lugares especializados en productos de panadería, y los sabores de pastel más preferidos son chocolate (55%) y vainilla (47%) (ver tabla 2). En cuanto a preferencias, investigaciones para futuras compras, el sabor “Mocca” se visualiza como el más popular (50%), seguido de otros sabores como pistacho y Nutella (24%) (ver tabla 3). Sin embargo, se ha observado que la mayoría de los encuestados (58%) estarían dispuestos a pagar \$28 por un pastel.

Tabla 2: Preferencias de sabores de pasteles.

Sabor	% Preferencia	Calificación promedio
Chocolate	55%	5
Vainilla	47%	5
Tres Leches	37%	4
Coco	28%	5
Naranja	23%	3
Frutos Secos	32%	4

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3: Preferencias de compra futura.

Sabor	% Disposición de compra
Mocca	50%
Otros	24%
Yogur	15%
Matcha	9%

Fuente: Elaboración propia.

Los expertos coinciden en el uso premezclas de pasteles en polvo para agilizar la producción y mejorar la estandarización, ahorro de espacio, optimización del tiempo, calidad y rentabilidad económica. También consideran que hay interés por los clientes en pasteles artesanales elaborados con premezclas.

La implementación de premezclas en polvo ha mostrado ser efectiva en mejorar la eficiencia productiva de la Pastelería Doña Leyda. Los resultados indican una aceptación positiva tanto de consumidores como de expertos, al destacar la calidad y el sabor de los productos. La premezcla de sabor Mocca se presentó como un ejemplo exitoso en términos de composición nutricional y evaluación sensorial (ver tabla 4 y 5).

Tabla 4: Fichas técnicas de ingredientes clave.

Ingrediente	Proveedor	Especificaciones técnicas	Análisis nutricional (por cada 100g)	Usos recomendados	Condiciones de almacenamiento
Harina de trigo.	Industria Molinera	Tipo: Fina, Alérgenos: Gluten	364 kcal, Grasas: 1.2g, Carbohidratos: 73.5g, Calcio: 15mg, Hierro: 4.6mg	Panes, pasteles, masas.	Lugar fresco y seco, alejado de la luz directa del sol.
Cacao alcalino.	Cofina	Tipo: Fina, Humedad: Máx 5%, Alérgenos: Gluten	228 kcal, Grasas: 13g, Carbohidratos: 58g, Calcio: 128mg, Hierro: 13.9mg, Zinc: 3.3mg	Panes, pasteles, masas, helados, postres congelados.	Ambiente fresco y seco, evitar exposición directa al sol.
Azúcar micropulverizada.	Levapan	Tipo: Fina	480 kcal, Carbohidratos: 120g, Sodio: <5mg	Panes, pasteles, masas.	Lugar fresco y seco, alejado de la luz directa del sol.
Leche en polvo.	Nestlé	Tipo: Fina	224 kcal, Grasas: 0.9g, Carbohidratos: 37g, Vitamina A: 500 IU, Vitamina D: 120 IU, Calcio: 1000mg	Panes, pasteles, masas.	Lugar fresco y seco, alejado de la luz directa del sol.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5: Información nutricional de ingredientes para la receta sabor Mocca.

Ingrediente	Energía (kcal)	Grasa Total (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Carbohidratos Totales (g)	Calcio (mg)	Hierro (mg)	Zinc (mg)
Harina	364	1.2	-	2	73.5	15	4.6	-
Cacao	228	13	-	20	58	128	13.9	3.3
Café	5	-	-	-	0.87	-	-	-
Leche en Polvo	244	0.9	-	100	37	1000	0.1	-
Azúcar Glas	480	<1	-	<5	120	-	-	-

Fuente: Elaboración propia.

Técnica DAFO para la evaluación técnica de la Pastelería Doña Leyda.

El crecimiento de La Pastelería Doña Leyda se debe a la calidad de sus productos y la fidelidad de sus clientes.

Para optimizar y mantener la competitividad, se debe realizar una evaluación al usar la técnica DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) de la pastelería (ver tabla 6).

Tabla 6: Análisis DAFO de la Pastelería Doña Leyda.

Fortalezas	Debilidades
Calidad del producto: Alta calidad de pasteles y repostería. Variedad de sabores: Amplia variedad con al menos siete opciones. Reputación y fidelidad del cliente: Sólida base de clientes leales. Personalización de productos: Capacidad de crear pasteles personalizados. Innovación en premezclas: Optimización del tiempo de producción.	Espacio físico limitado: Falta de espacio para el consumo en el local. Dependencia de recetas tradicionales: Riesgo en la escalabilidad del negocio. Atención al cliente inconsistente: Áreas de mejora en rapidez y eficiencia. Oferta de porciones: No se venden pasteles por porciones.
Oportunidades	Amenazas
Expansión del mercado: Creciente demanda de productos artesanales. Diversificación de productos: Introducción de nuevos sabores y productos. Mejoras en el servicio al cliente: Implementación de sistemas más eficientes. Adopción de tecnología: Uso de tecnología para gestión y optimización. Marketing y promoción: Aumento de actividades de marketing y promoción.	Competencia intensa: Presencia de competidores con buen servicio y variedad. Cambio en las preferencias del consumidor: Preferencias por opciones saludables. Incertidumbre económica: Fluctuaciones económicas afectan el poder adquisitivo. Regulaciones y normativas: Cumplimiento de nuevas regulaciones en la industria.

Fuente: Elaboración propia.

La Pastelería Doña Leyda se encuentra principalmente en el cuadrante de Fortalezas y Oportunidades (FO). Este cuadrante indica una situación favorable donde la pastelería puede aprovechar sus fortalezas internas para capitalizar las oportunidades del entorno. El análisis DAFO revela que la Pastelería Doña Leyda tiene una sólida base de fortalezas, especialmente en la calidad y variedad de sus productos, así como en la fidelidad de sus clientes.

Sin embargo, debe abordar ciertas debilidades como la falta de espacio para el consumo de productos y la dependencia en recetas tradicionales. Las oportunidades para expandir el mercado, diversificar productos y mejorar el servicio al cliente son prominentes y deben ser aprovechadas estratégicamente. Al mismo tiempo, la pastelería debe estar atenta a las amenazas del mercado competitivo y adaptarse a las cambiantes preferencias del consumidor y la economía. Con un enfoque adecuado en la implementación de premezclas y una estrategia de marketing robusta, Doña Leyda se proyectaría como líder en el mercado de la repostería artesanal en Cotopaxi.

Plan de acción para optimizar y mantener la competitividad en la Pastelería Doña Leyda.

El plan de acción propuesto para la Pastelería Doña Leyda permite una implementación organizada y efectiva de las estrategias para abordar las debilidades, aprovechar las oportunidades y consolidar su posición en el mercado (ver tabla 7 y 8).

Objetivo general: Potenciar las fortalezas y aprovechar las oportunidades presentes en el mercado para expandir la presencia de la Pastelería Doña Leyda. Además, de diversificar la oferta de productos, mejorar la eficiencia del servicio al cliente y consolidar su posición como líder en la repostería artesanal en Cotopaxi.

Objetivos específicos:

- Ampliar el espacio físico para mejorar la experiencia del cliente.
- Diversificar y personalizar la oferta de productos.
- Mejorar la rapidez y eficiencia del servicio al cliente.
- Implementar tecnología para optimizar la gestión y producción.
- Fortalecer las estrategias de marketing y promoción.

Tabla 7: Estrategias para potenciar la competitividad en el mercado.

Estrategia	Descripción
Expansión del local.	Realizar un análisis de factibilidad y presupuesto para expandir el espacio físico de la pastelería. Remodelar el local para crear un ambiente acogedor para los clientes.
Venta de porciones.	Ampliar la oferta de productos para incluir opciones de porciones individuales. Diseñar vitrinas atractivas para mostrar las porciones de pasteles disponibles.
Introducción de nuevos sabores.	Investigar las preferencias de los clientes para lanzar nuevos sabores y productos. Crear y comercializar nuevos sabores basados en los resultados de las encuestas y focus groups.
Personalización de productos.	Ofrecer más opciones de personalización a los clientes, al incluir decoraciones y combinaciones de sabores. Organizar eventos y talleres para enseñar a los clientes a personalizar los pasteles.
Capacitación del personal.	Capacitar al personal en atención al cliente. Crear un programa de incentivos para motivar al personal a mejorar el servicio al cliente.
Optimización del proceso.	Utilizar tecnología para facilitar los pedidos y mejorar la logística de entrega. Optimizar los procesos de entrega para aumentar la eficiencia.
Adopción de tecnología de gestión.	Utilizar un ERP para gestionar de manera eficiente los recursos y procesos de la pastelería. Implementar un software para gestionar el inventario y reducir desperdicios.
Optimización de la producción.	Utilizar premezclas para mejorar la consistencia y rapidez en la producción de pasteles. Monitorear continuamente la calidad de las premezclas y hacer ajustes según sea necesario.
Aumento de la visibilidad en línea.	Crear una página web que facilite la realización de pedidos en línea y los pagos. Implementar estrategias de marketing en redes sociales para aumentar la visibilidad y atraer nuevos clientes.
Campañas de promoción y publicidad.	Desarrollar y ejecutar campañas de publicidad para aumentar la visibilidad de la pastelería en la comunidad y en línea. Ofrecer descuentos y promociones especiales para atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes.
Participación en eventos y ferias.	Aumentar la visibilidad de la pastelería, al participar en eventos locales y ferias de alimentos. Invitar a los clientes potenciales a probar los productos mediante degustaciones y demostraciones en el local.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8: Implementación y seguimiento.

Fase	Descripción	Tiempo estimado
Fase 1: Evaluación y planificación.	Realizar estudios de viabilidad y encuestas de mercado. Planificar el presupuesto y los recursos necesarios para cada acción.	1-2 meses
Fase 2: Ejecución.	Comenzar con las remodelaciones y ampliaciones del local. Lanzar nuevos productos y sabores. Implementar el sistema de pedidos en línea y ERP. Iniciar campañas de marketing y promoción.	3-6 meses
Fase 3: Monitoreo y evaluación	Monitorear el progreso de cada acción y realizar ajustes según sea necesario. Evaluar la satisfacción del cliente y el impacto de las nuevas estrategias. Realizar reuniones periódicas para revisar el avance y establecer nuevas metas.	Continuo

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del estudio sugieren que la empresa se enfoque en la calidad de sus productos, la innovación en empaques reciclables y la diferenciación en el mercado local para mantener su posición frente a la competencia emergente. En cuanto a la implementación de premezclas estandarizadas en la Pastelería Doña Leyda demostró ser una estrategia efectiva para mejorar la eficiencia y la calidad de los productos. Además, se recomienda la gestión

eficiente de los tiempos de producción y la atención a las tendencias del consumidor. Incluso se propone que se proyecte a futuro la ejecución del plan de acción propuesto. De modo que potencie la competitividad en el mercado y se consolide como líder en la repostería artesanal en Cotopaxi. Conjuntamente, se exhorta a fomentar la implementación de prácticas sostenibles que optimicen el uso de recursos y reduzcan los residuos (ver tabla 9).

Tabla 9: Optimización en el uso de recursos.

Acción	Descripción	Racionalidad	Implementación
Gestión de residuos (compostaje y reciclaje).	Establecer un sistema de compostaje y reciclaje.	Reducción de desechos en vertederos.	Implementar sistemas y capacitar al personal.
Equipos de cocina energéticamente eficientes.	Sustituir equipos antiguos por modelos eficientes.	Reducción del consumo de electricidad y agua.	Sustituir equipos y establecer rutinas de mantenimiento.
Técnicas de ahorro de agua.	Instalar dispositivos de ahorro de agua.	Conservación de recursos hídricos.	Instalar dispositivos y promover prácticas de conservación.

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

La investigación en la Pastelería Doña Leyda ha resaltaado la relevancia de la personalización de productos y la calidad del servicio como elementos fundamentales para diferenciarse en un mercado competitivo de la industria de la repostería. Estos hallazgos no solo han beneficiado el negocio local estudiado, sino que también ofrecen pautas aplicables a otros negocios similares que buscan destacarse y fidelizar a su clientela.

Los resultados obtenidos brindan valiosas lecciones sobre la necesidad de la innovación constante y la adaptación a las preferencias del consumidor en un entorno empresarial en evolución. De modo que sirven como base para futuras investigaciones orientadas a mejorar la gestión de negocios familiares en el sector de la pastelería y repostería.

La investigación realizada en la Pastelería Doña Leyda se vislumbra la necesidad de explorar estrategias

específicas de marketing y gestión de recursos. De modo que permitan a emprendedores similares no solo mantenerse relevantes en el mercado actual, sino también anticiparse a las tendencias futuras. Asimismo, se han abierto oportunidades de investigación en torno al impacto de la tecnología y la sostenibilidad en la producción y comercialización de productos de repostería artesanal.

Referencias bibliográficas

Briceño León, M., Pazmiño Quishpe, D., Clairand, J. M., & Escrivá Escrivá, G. (2021). Energy Efficiency Measures in Bakeries toward Competitiveness and Sustainability-Case Studies in Quito, Ecuador. *Sustainability*, 13(9), 5209. <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/9/5209>

- Eduardo, K., Bedoya Perales, N., Escobedo Pacheco, E., & Saldaña, E. (2024). Sensory and consumer science as a valuable tool to the development of quinoa-based food products: More than three decades of scientific evidence. *Scientia Agropecuaria*, 15(2), 251-267. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2077-99172024000200251&script=sci_arttext
- Guilabert, M., Sánchez-García, A., Asencio, A., Marrades, F., García, M., & Mira, J. J. (2024). Retos y estrategias para recuperar y dinamizar la atención primaria. Metodología DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades)-CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar) en un departamento de salud. *Atención primaria*, 56(3), 2-12. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656723002421>
- Hughes, J., Vaiciurgis, V., & Grafenauer, S. (2020). Flour for Home Baking: A Cross-Sectional Analysis of Supermarket Products Emphasising the Whole Grain Opportunity. *Nutrients*, 12(7), 1-5. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7400821/>
- Melby, C. L., Orozco, F., Averett, J., Muñoz, F., Romero, M. J., & Barahona, A. (2020). Agricultural Food Production Diversity and Dietary Diversity among Female Small Holder Farmers in a Region of the Ecuadorian Andes Experiencing Nutrition Transition. *Nutrients*, 12(8), 2454. <https://www.mdpi.com/2072-6643/12/8/2454>
- Mesta Corral, M., Gómez García, R., Balagurusamy, N., Torres León, C., & Hernández Almanza, A. Y. (2024). Technological and Nutritional Aspects of Bread Production: An Overview of Current Status and Future Challenges. *Foods*, 13(13), 2062. <https://www.mdpi.com/2304-8158/13/13/2062>
- Pedret Massanet, C., López Lago Ortiz, L., & Allen Perkins, D. (2023). From stigma to haute cuisine: Strategies, agents, and discourses in the revalorisation of Carob as a gourmet product. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31(March), 3-10. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1878450X23000197>
- Salazar, D., Arancibia, M., Silva, D. R., López Caballero, M. E., & Montero, M. P. (2021). Exploring the Potential of Andean Crops for the Production of Gluten-Free Muffins. *Agronomy*, 11(8), 1642. <https://www.mdpi.com/2073-4395/11/8/1642>
- Soares, P., Secci Martinelli, S., Barletto Cavalli, S., & Davó-Blanes, M. C. (2021). Methodological proposal to explore the healthy and sustainable food service purchasing. *Gaceta Sanitaria*, 35(2), 204-207. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32414535/>
- Thi Kim Vu, O., Duarte Alonso, A., Bressan, A., Tran, L. N., & Nguyen, T. T. (2024). The development of “chefs’ innovative cooktop”: A creative self-efficacy and open innovation perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 118(April), 2-9. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431923002384>
- Tramullas, J. (2020). Temas y métodos de investigación en Ciencia de la Información, 2000-2019. Revisión bibliográfica. *El profesional de la información*, 29(4), 2-6. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/77328>
- Wu, J., Zhao, N., & Yang, T. (2024). Wisdom of crowds: SWOT analysis based on hybrid text mining methods using online reviews. *Journal of Business Research*, 171(January), 1-8. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296323007373>